

интересную закономерность: Если вы хотите, чтобы кто-нибудь что-нибудь сделал, говорите ему в правое ухо. Просто наблюдая за тем, как разговаривали постоянные клиенты ночных клубов, они обнаружили, что почти в $\frac{3}{4}$ разговоров говорящие находились справа от слушателей. Исследователь из Йельского университета обнаружил, что температура напитка оказывает воздействие на то, как человек воспринимает других людей. В ходе его эксперимента участникам давали чашки, в которые был налит либо горячий, либо ледяной кофе. Затем их попросили оценить чью-то личность исключительно по материалам досье. Группа, которая пила горячий кофе оценивала личность как более «тёплую».

4. Общественные дела. Эффект влияния физического расположения потребителя (вверху или внизу лестницы) был описан исследователем из Университета Северной Каролины. В ходе его эксперимента выяснилось, что те, кто проходил ряд ступеней вверх, тратил на 68% больше времени ради помощи руководителю эксперимента, чем те, кто проходил ряд ступеней вниз [1]. Поскольку общественные организации зависят от пожертвований и волонтеров, разум легко осознаёт разнообразные последствия указанных экспериментов. Пункты для принятия пожертвований хорошо бы размещать на верху лестницы. Помимо того, что изображения малышей заставляют обратить внимание, эти изображения способны вызвать альтруистическое поведение. Эксперимент в Эдинбурге начался с того, что на городских улицах были потеряны кошельки. Почти половина была возвращена «владельцам» по почте. В большинстве кошельков находилась одна из четырех фотографий: улыбающийся малыш, милый щенок, счастливая семья или пожилая пара. В других не было фотографий или были документы благотворительных фондов. 88% кошельков с детскими фотографиями были возвращены. Следующее место заняли кошельки с фотографиями щенков – 53%. Семейные фотографии – 48%, а фото с парами пожилых людей – всего 28%. Кошельков без фотографий было возвращено всего 14% [4].

Заключение. Таким образом, на основе выше сказанного можно сделать вывод о том, что вышеперечисленные методы стимулирования являются отличными средствами привлечения потребителей в маркетинге. К основным из них можно отнести: графику в рекламе, лояльность потребителя, межличностные контакты и общественные дела.

ЛИТЕРАТУРА

1. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули; пер. с англ. В. Рубинчик. – Минск: Попурри, 2018. – 336с.
2. Все, что не знали о нейромаркетинге [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://kirulanov.com/vse-chno-vu-ne-znali-o-nejromarketinge-metody/> - Дата доступа: 25.09.2019
3. «Фемветайзинг» как инструмент стимулирования в маркетинге / К. Чичиков – Минск: БНТУ, 2019. 2с.
4. Стандартизация и адаптация товара в международном маркетинге [Электронный ресурс] / Учебные материалы для студентов – Режим доступа: https://studme.org/115217/marketing/standartizatsiya_adaptatsiya_tovara_mezhdunarodnom_marketinge – Дата доступа: 25.09.2019

УДК 164.01

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*К. Н. Шляжко, А. С. Ханеня, студенты группы 10503218 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель Н. М. Хохлова*

Резюме – В современных условиях, каждое предприятие пытается повысить эффективность работы. Одним из инструментов повышения эффективности работы является логистика. В Беларуси логистика не получила еще должного развития. Однако, большинство предприятий начинают активно внедрять логистические методы и концепции в свою производственно-сбытовую деятельность. Это будет способствовать повышению конкурентных позиций и дальнейшему активному развитию логистики.

Summary - In modern conditions, every company tries to improve its efficiency. Logistics is one of the tools for improving performance. In Belarus, logistics has not yet been properly developed. However, most enterprises are beginning to actively implement logistics methods and concepts in their production and sales activities. This will help to increase competitive positions and further active development of logistics

Введение. В современном обществе на рынках товаров и услуг функционирует большое количество предприятий. Каждое из них, желая быть лидером, пытается повысить эффективность работы и свои конкурентные позиции. С развитием международных экономических отношений, ускорением процесса глобализации еще более актуальным становится вопрос о повышении конкурентоспособности отечественных предприятий.

Основная часть. В условиях конкурентной борьбы, одну из главных ролей в повышении эффективности работы предприятия играет логистика [1]. Логистика позволяет оптимизировать расходы, которые связаны с обработкой заказов, складированием и перевозкой грузов, управлением запасами, упаковкой. С ее использованием облегчается процесс планирования запасов, выбора рационального месторасположения складов, управление процессом транспортировки [1].

В процессе своего формирования логистика преодолела продолжительный путь. Сегодня во многих странах мира она является одной из центральных областей экономики. Такие зарубежные компании, как Philip Morris, IBM, Coca-Cola, General Motors и другие используя инструменты логистики при организации закупок, сбыта, транспортировки, смогли обеспечить высокую конкурентоспособность своей продукции и предоставляемых услуг и завоевать лидирующие конкурентные позиции. По результатам исследований было выявлено, что применение логистики повышает производительность труда как в сфере производства, так и в сфере обращения. Сокращаются потери рабочего времени, объемы запасов снижаются на 30–70%, а расходы на товародвижение – на 20% [4].

Логистическая деятельность в Беларуси начала развиваться примерно с 2008 года. В данный момент на территории РБ функционирует порядка сорока логистических центров. Первыми предприятиями на территории РБ, которые стали использовать методы логистики в своей хозяйственной практике, были «БелАЗ», «Коммунарка», «МАЗ», «МЗКТ», «Элема» и другие. По данным исследований, применение логистических методов позволило повысить эффективность работы этих предприятий примерно на 10% [3].

Тем не менее, развитие логистики в Республике Беларусь в настоящее время значительно отстает от ее развития в странах СНГ. Это можно наблюдать в рейтинге стран по LPI – индексу эффективности логистики. Беларусь в нем находится на 103 месте (в 2016-м году наша страна была на 120-м, в 2014-м – на 99-м, а в 2007-м – на 74-м месте) [2].

В Беларуси, несмотря на ее уникальное географическое положение (она является основным транспортным коридором между Европой, Россией, и странами Азиатского региона), логистика не получила еще должного развития. Причиной этого является то, что не все отечественные предприятия осознали необходимость применения логистики в практике своей деятельности. Многие опасаются стремительного роста затрат на реализацию логистических концепций на фоне накопления нерешенных проблем в основном производстве. Однако, большинство руководителей, чувствуя потенциал логистики, все же стремятся внедрить ее инструменты и методы в деятельность своего предприятия.

Для повышения эффективности и дальнейшего развития логистической деятельности в Беларуси было бы целесообразно:

1. привлечь зарубежные инвестиции для развития отрасли грузоперевозок и логистической инфраструктуры;
2. развивать таможенную отрасль и внедрять логистические технологии в работу пропускных пунктов на границе;
3. привлекать специалистов из стран, которые наиболее эффективно используют свое географическое положение (Германия, Австрия, Венгрия, Италия, Великобритания), для создания совместных предприятий, что позволит Беларуси, используя иностранный опыт, повысить качество собственной логистической системы;
4. продолжить строительство транспортно-логистических центров [3].

Заключение. Таким образом, важным фактором при повышении эффективности и конкурентоспособности предприятия является применение логистических концепций. Чем быстрее и качественнее будет развиваться логистика на предприятии, тем больше будет увеличиваться производительность и эффективность работы предприятия. В Беларуси логистика не получила еще должного развития, несмотря на то, что она является основным транспортным коридором между Европой, Россией, и странами Азиатского региона. Однако, в последнее время предприятия начинают активно внедрять логистические методы и концепции в производственно-сбытовую деятельность, повышая тем самым свои конкурентные позиции и способствуя развитию логистики в республике в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Григорьев, М. Н. Логистика. Продвинутый курс / М.Н. Григорьев, А.П. Долгов, С.А. Уваров. - М.: Юрайт, 2015. - 736 с.
2. Логистический рейтинг 2018: лидеры и аутсайдеры [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/logisticheskiy-reyting-2018-lidery-i-outsaidery/viewer> – Дата доступа: 17.03.2020
3. Логистика в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <http://www.baif.by/stati/logistika-v-respublike-belarus/> – Дата доступа: 17.03.2020.
4. Логистика и конкурентоспособность предприятия [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <https://student.zoomru.ru/logic/logistika-i-konkurentosposobnost-predpriyatiya/279920.3302090.s1.html> – Дата доступа: 16.03.2020.